

## 発信するSUAC印：ユニバーシティ・グッズの開発 と大学ネットショップの展望

著者名(日)	和田 和美，坂本 鐵司，鳥居 厚夫，山本 一樹，佐藤 聖徳，羽田 隆志，的場 ひろし
雑誌名	静岡文化芸術大学研究紀要
巻	9
ページ	119-123
発行年	2009-03-31
URL	<a href="http://id.nii.ac.jp/1132/00000138/">http://id.nii.ac.jp/1132/00000138/</a>

# 発信する SUAC 印 —ユニバーシティ・グッズの開発と大学ネットショップの展望—

## The brand SUAC which sends as an unique existence — The development of university goods and the view of university online-shop —

和田 和美

デザイン学部メディア造形学科

Kazumi WADA

Department of Art and Science, Faculty of Design

坂本 鐵司

デザイン学部生産造形学科

Tetsuji SAKAMOTO

Department of Industrial Design, Faculty of Design

鳥居 厚夫

デザイン学部空間造形学科

Atsuo TORII

Department of Space and Architecture, Faculty of Design

山本 一樹

デザイン学部生産造形学科

Kazuki YAMAMOTO

Department of Industrial Design, Faculty of Design

佐藤 聖徳

デザイン学部メディア造形学科

Kiyonori SATO

Department of Art and Science, Faculty of Design

羽田 隆志

デザイン学部メディア造形学科

Takashi HADA

Department of Art and Science, Faculty of Design

的場ひろし

デザイン学部メディア造形学科

Hiroshi MATOBA

Department of Art and Science, Faculty of Design

本稿は、H19年度学長特別研究により遂行された「ネット販売の教育的可能性に関する研究」の研究結果報告である。メディア造形学科、空間造形学科、生産造形学科の、デザイン学部3学科で取り組む課題として、大学公式のネットショップのあるべき姿の展望を図り、実施に向けたユニバーシティ・グッズの研究・開発を行っている。

This paper reports the result of "The research about educational possibility of online-shop" which was accomplished on president special research in 2007. We, three departments of faculty of design attempted the vision of the official online-shop of an university, and researched the unique university goods.

### 1. 研究の目的

情報発信メディアとして、インターネットは、個人、企業、公的機関等、あらゆる領域に浸透し、活用されている。近年は、インターネット上の諸技術の発展に伴い、インターネット・ショッピング（以降ネットショップ）に代表されるインターネット上の商行為が実用化され、インターネットは情報のみならず商サービス、物販の窓口となり、その文化的影響力はさらに強力なものになった。

本研究は、本学における研究成果のアピール手段の一つとして、ネットショップが果たす役割を考察し、試作検証等を通じて商品像を検討、提案することを目的としている。また、大学の「ネットショップ開業にいたる準備検討のプロセス」「ネットショップ実現のための諸開発」「ネットショップの試験的運営」の各フェイズを実践的に学ぶことにより、座学では学べない各種ノウハウや、運用上の留意点を体得することのできる、教育システム

の構築可能について、調査及び検証実験を行い、本学で備えるべき実践的な基盤の形態を提案することも、もう一つの目的である。また、ネットショップに関する潜在的需要を持つ、浜松、静岡の地元企業に対して、実践的なアドバイス、コンサルテーションを行い、地元貢献を果たすというねらいも持っている。

### 2. ネットショップ業界の現状と当学の知名度

ネットショップでは、基本的に実体としての店舗を持つ必要がなく、WEB上での電子カタログ閲覧、商品の注文・決済・発送が可能になった。さらに、顧客に応じたきめ細かいカスタマイズが容易になる面もあり、例えばシリーズの漫画の欲しい巻のみを指定することで、オリジナルの装丁漫画本を制作するサービスも実用化されている。本をレンタル注文できるネットショップも存在し、将来的には図書館のあり方にも影響が考えられる。

このように、ネットショップの発展は、社会や文化を大きく変革させるポテンシャルを持っている。

ネットショップの重要性、将来性にも関わらず、未だ様々な関連技術が発展途上の段階である上、それらを教育として扱う機関は具体的にはまだ存在しないのが現状である。しかし市場の拡大に伴い、供給側(ネットショップの立ち上げを明確にあるいは潜在的に希望する企業)の需要も年々増えている中で、メディア造形学科は、その使命の一つの方向性として、ネットショップに関わる教育研究基盤の整備を重要課題として捉えている。また、生産造形学科、空間造形学科、メディア造形学科の3学科に共通に、研究成果の効果的な告知、流通の手段として、ネットショップには大きな可能性があると考えられる。

だが一方でネットショップ業界では、年間100店が開店する中、うち60店が同年中に閉店におこまれるともいわれている。現在、日本には2万8千店以上のネットショップがあると言われているが、ある程度の知名度を持ち、メディアに年間売上高が公開されるような大型店は全体のごく一部にすぎず、ほとんどは小規模なショップで構成されている[1]。こうしたネットショップ運営の状況下で、大学公式ネットショップを永続的に運営できる形態として構築するために、H19年度においては、特に本学ならではのユニークなネットショップの在り方を模索してきた。デザイン学部を擁する文化芸術大学にふさわしい形としては、現在、美術館にあるミュージアム・ショップのような存在で、なおかつ少ない商品ラインナップでも厳選された物だけを扱う、セレクト・ショップという方向性が見い出された。

「浜松」という地名から思い浮かべるイメージを示す全国的な統計がある[2]。第一位が浜名湖、第二位がうなぎパイ、と続く中で、静岡大学は13位に、そして静岡文化芸術大学は49位に留まっている。ユニークな商品展開でアプローチする手法は、ネットショップが乱立する中で存続していく可能性を高めることができる上に、大学の知名度を上げるといもう一つのメリットが得られると考えられる。その中でも、地元の地場産業や名産を

扱う企業・店舗との共同開発を行うことも、ユニークな商品開発の有効な手段の一つであると考えられる。

### 3. 大学公式ネットショップの現状把握

すでに現在、日本の大学で公式にネットショップを運営している所は、インターネット上で調べた所、7サイトほど存在する。中でも、大学のロゴとは別にネットショップ固有のCI展開までしている「東京大学コミュニケーションセンター(UTCC)」[3]と、大学総合博物館と連携してミュージアムショップを展開している「北海道大学オリジナルグッズ OnlineShop」[4]の存在が際立っている。この二か所は特に、大学の開発商品を取り扱う点でも、ユニークであり、人がネットショップに訪れる際の「期待感」の演出がよくできている。他には大学生協の運営で賄われているものもあり、生協組合員以外は買い物ができない「京都大学オリジナルグッズ オンラインショップ」[5]などもある。大学生協が運営する2校以外の5校において、有限会社か株式会社を設立し、商品の企画開発から経営まで行っているのがスタンダードな形であるようだ。ネットショップで買い物する人間にとって使いやすい「代金引換」と銀行振込が一般的な支払方法で、代金引換は大体「クロネコヤマトのコレクトサービス」を採用している。

サイトのデザインやアクセシビリティの観点では、佐藤可士和がブランディングした大学のVIを大々的に商品の売りとして使用し、グッズを開発・販売する明治学院大学のものが、美しくかつ使いやすいと認められる[6]。また、このサイトの正式名称は「明治学院大学ボランティアファンド支援グッズ販売サイト」といい、明治学院大学公認ロゴマークを用いて企画販売される「明治学院大学ボランティアファンド支援グッズ」の本体価格の10%を、明治学院大学ボランティアセンターが管理・運営する「明治学院大学ボランティアファンド」に積み立てるというシステムを導入している。

ネットショップが大学の知名度アップに貢献するか否かという点においては、いずれも

有名大学ばかりなので判別しがたいが、地域の利便性に影響されないネットショップの利点を活かしているという点では、北海道大学のものが参考になると考えられる。

#### 4. 商品候補の試作紹介

H19年度は、ネットショップで扱うべき商品の検証では、現行の大学が持つネットショップや美術館のミュージアム・ショップの商品ラインナップを参考にしつつ、デザイン学部を擁する特徴を活かした本学ならではのユニークな分野として、以下のような5つの方向を設定して進めた。

4-1 ユニバーサル・デザイン関係

4-2 教員の研究・教育活動から生まれるアイデアグッズ

4-3 地場産業・地元企業との共同開発

4-4 学生による企画に基づく商品

4-5 学生制作絵本

個々の成果・進捗状況を以下に解説する。

##### 4-1:「ユニバーサル・デザイン」関係

###### ●自助具制作窓口

共同研究者の坂本教授が推進している「自助具」は、本来マンツーマンで一人一人のニーズに合わせて制作することが本来の製作手順となるため、一般的な商品の形では、扱うことが難しいと考えられる。本件は商品化というより、ニーズと、制作を担当する地元企業との橋渡しとして、ネットショップに窓口を設ける方向性を検討している。ニーズに合った自助具の企画開発と制作を行う企業のサポート体制が整うまで後2-3年はかかる見通しなので、最初のサイト立ち上げ時から窓口を設けるのではなく、実現まである程度長期的に考える必要がある。

###### ●ドイツ身障者ドキュメンタリービデオの日本語版作成

同上坂本教授より推薦いただいたドイツ制作の身障者ドキュメンタリーDVD(30分・2本)があり、これに日本語訳をつけて、日本語版として販売する可能性を検討している。H19年度は、ドイツ語を日本語に翻訳するために、ナレーションの書き起こし作業を行っ

た。本編はミュンヘンで制作されていることもあり、南地方特有のイントネーションがあることから通常の翻訳に支障がないよう、書き起こしではそのままの状態と、Deutlich=標準語の状態と、2種類×2本で作業した。作業の窓口としてドイツ現地の日本人コーディネーターに適任者への発注を依頼し、ドイツ人が書き起こしを担当した。H19年度ではまず、この翻訳作業にかかるコスト規模の算出を行った。日本語版DVDを実際に販売するまでには、さらに日本語翻訳作業とナレーション原稿制作、テロップ挿入編集作業などと合わせて、ドイツの映像制作会社との使用許可、著作権使用料の交渉などの課題が残っている。

このように障害者をダイレクトに扱っている映像が日本であまり存在しないことから、障害者支援団体やユニバーサルデザイン関係団体等、潜在的需要があると見込まれ、多少の困難があっても制作することに意義があると考えられる。

##### 4-2:教員の研究・教育活動から生まれたアイデアグッズ

###### ●音球(otodama)

授業の中で生まれた学生のアイデアを、教員の支援によって商品化する検討を行った。試作は、電子おもちゃやプログラム等の開発を行う静岡県企業「(株)テクノサイト」に依頼した。「音球」は、手に収まるサイズのボールで、振動を受け光と音階を発する(写真1)。各音階で色違いにしてバリエーションを持たせたこのアイデアは、ユニークな商品になる可能性がある一方、掌サイズのボールの中に全ての機構を収めてかつ衝撃に耐える必要があるなど、物理的な懸案事項もいくつか浮上している。本件は4-3の「地元企業とのコラボレーション」の性格も合わせ持っている。

##### 4-3:地場産業・地元企業とのコラボレーション

###### ●校章型写真フレームム

「AirFrame」は、地元の浜松のアクリルをメインとする雑貨制作会社であるが、TVで紹介される等、雑貨制作業界でもユニークな存在となっている。H19年度は、「セレクト



写真1「音球」試作した4色・4音



写真2「校章型写真フレーム」Aパターン



写真3「校章型写真フレーム」Bパターン

ショップ」としてのSUACブランド商品の企画制作への参画を依頼し、「本学の校章を形どった写真フレーム」の2つのデザインを試作した。A、Bパターンともに2cm厚ほどのアクリル板を使用しているため、アクリル板のみで自立し、写真に合わせて、台は縦・横どちらでも立てられる。Aパターンは、背面からアクリル板に差し込むピンで、写真の端を止める仕組み。(写真2) Bパターンは2枚

のアクリル板の間に写真を挟むが、2枚のアクリル板は互いについている磁石のピンで固定される(写真3)。

#### 4-4：学生企画

##### ●学内公募アイデアの選出

本研究の代表研究者、和田が担当する後期の企画立案総合演習において、2年生に「ユニバーシティ・グッズ」に関する企画を促したところ、4チーム中3組が企画することになり、そのうち1組が学内公募において「SUACグッズのアイデア」を募ったところ、37点ほど集まった。「実際に商品として制作できる」という観点から以下の5点を選出した。今後の商品企画・制作には、公募を企画した学生たちが参画する予定。

1. エコバッグ
2. SUAC 傘
3. うなぎまん
4. 校章型マウスパッド
5. 校章型付箋

#### 4-5：学生制作絵本

##### ●手作り絵本

メディア造形学科の学生有志が、H17年からH19年の間の3年間連続で絵本の自主制作を行い、学園祭への出展を行った。学園祭において「絵本喫茶」と題して行われた展示は、2年連続して学園祭の人気投票で1位を獲得し、また本学鈴木副理事長の計らいで地元の小学校などを学生が訪問し、絵本の読み聞かせを行うなど活動が広がり、地元メディアに毎回取り上げられ、本学をアピールすることにも一役買っている。本研究でも商品として取り上げる価値があると考え、試作の製本を行った。

計11冊試作した中には、一部特殊な仕掛けがあるページがあり、完成させるためには、製本からさらに追加の加工を行う必要も残っている。H20年度は、この作業を、地元の障害者・高齢者に労働の機会として還元する方法を進めることを検討している。





写真4「手作り絵本」A (上段左から)

- 1「雨の街」土屋 香乃
- 2「宇宙を釣り上げよう」山本 景子
- 3「ぼくのねがい」伊藤 かおり
- 4「ぼくと木」山本 景子（前）



写真5「手作り絵本」B

- 5「いたずらねこのかくれんぼ」平松 祐乃
- 6「ぼくのラジオ」神谷 裕子
- 7「どうぶつさんだーあれ？」神谷 裕子



写真6「手作り絵本」C (上段左から)

- 8「星になったカメレオン」鈴木 美里
- 9「ふうなときとぎょ」山口 恵理子
- 10「夜空の詩」白坂 愛
- 11「あるときのきりん」伊藤 麻友子（前）

全11種×10冊＝計110冊製本試作

## 5. おわりに

H19年度の研究により、ネットショップで扱う商品にいくつかの方向性が見えてきたため、H20年度では扱う商品に関する法的処理、手続きについてより深く研究を行う予定である。また当然ながら、ネットショップの経営母体の設置と、権利・責任の所在、売上のプール、還元方法などの点も、関係部門と協議して明確化していく必要がある。

H20年度の商品開発面では、オーソドックスな文房具やお土産になりうる、デザイン的にユニークなグッズの開発も新たに検討を行う。またデザイン学部の教員のオリジナル作品なども商品として扱っていくことを考えている。

## 参考文献／リンク

- [1] 富士通総研  
「インターネット・ショッピングの現状と法的課題」  
<http://jp.fujitsu.com/group/fri/report/cyber/column/2002/000905za.html>
- [2] 「浜松都市イメージ調査」平成17年10月／浜松市
- [3] 東京大学コミュニケーションセンター(UTCC)  
<http://shop.utcc.pr.u-tokyo.ac.jp/>
- [4] 北海道大学オリジナルグッズOnlineShop  
<http://www.hokudai.seikyoku.ne.jp/ordergoods/univ/>
- [5] 京都大学オリジナルグッズ オンラインショップ  
<http://www.s-coop.net/goods/>
- [6] 明治学院大学ボランティアファンド支援グッズ販売サイト  
<http://mg-goods.jp/store/index.do>

